PAESE :Italia
PAGINE :23
SUPERFICIE :55 %
PERIODICITÀ :Settimanale
AUTORE :Di Fabio Savelli

Buone Notizie

► 15 maggio 2018

Lucia Sciacca spiega com'è cambiata la «responsabilità sociale d'impresa» in Generali
«Una funzione prima complementare oggi ha un ruolo strategico legato al business»
L'azienda si sente parte di un ecosistema e lancia prodotti come il fondo per le calamità

# La polizza solidale? «Copre» i beni pubblici

di **FABIO SAVELLI**

La consapevolezza dell'azienda di essere al centro di un ecosistema, il legame con il business, l'ascolto dei portatori di interesse, la chiarezza nella relazione con il mercato e i clienti e il coinvolgimento di tutte le funzioni di un'azienda: sono questi gli elementi che hanno cambiato la sostenibilità negli ultimi dieci anni. Potremmo chiamarla trasversalità. Non più sostenibilità aziendale. Sostantivo-spot per i convegni, richiamo per le photo-opportunity. Fino a qualche anno fa spesso nelle aziende l'ufficio che si occupava di sostenibilità era in fondo ad un corridoio. Poco dirimente nelle funzioni aziendali, contenitore per lo più di iniziative filantropiche, che rimangono comunque importanti. Oggi la cassaforte del Paese, come è stata storicamente definita Generali Italia, ce la presenta come un valore concreto: uno scrigno di attività che vanno sotto il cappello di «responsabilità sociale d'impresa». Un nodo nevralgico della sua attività, che sta saldamente al centro del business. «Oggi assistiamo ad un cambio di paradigma – rileva Lucia Sciacca, direttore Comunicazione e Social Responsibility Generali Italia – Una funzione che un tempo era complementare al core business d'azienda, sta assumendo una rilevanza sempre maggiore: le imprese sempre più si considerano parte di un ecosistema». E questo cambia la prospettiva di chi si occupa di sostenibilità in azienda. «Per noi – spiega ancora – ha un ruolo strategico legato al business ed è trasversale all'impresa, sempre più cosciente del suo essere nelle comunità». Un esempio è il fondo protezione solidale appena lanciato. Il cliente di Generali sottoscrive una polizza casa o impresa, l'azienda insieme agli agenti accantona una somma della raccolta che raddoppia nel caso di copertura per i rischi catastrofali. In questo modo Generali Italia da un lato sensibilizza il cliente sull'importanza di proteggersi e prevenire tali eventi, dall'altro lato, si risponde a un'esigenza del Paese, partecipando a interventi di riqualificazione-ristrutturazione di immobili privati, scuole, ospedali, chiese piegate da un sisma. «Così si fa parte di un ecosistema in cui le imprese diventano i gangli di una rete di solidarietà», spiega Sciacca. Solidarietà è alla base dei progetti di volontariato che coinvolgono i dipendenti del gruppo. Impegno che gli stessi possono svolgere durante l'orario di lavoro. Uno dei progetti simbolo è con

Tutti i diritti riservati

Buone Notizie

► 15 maggio 2018

**PAESE :**Italia
**PAGINE :**23
**SUPERFICIE :**55 %
**PERIODICITÀ :**Settimanale

**AUTORE :**Di Fabio Savelli

la onlus «Informatici senza frontiere», in cui alcuni addetti Generali hanno incontrato oltre 300 studenti di diverse scuole secondarie tra Treviso e Padova per sensibilizzarli al tema del cyber-bullismo. Responsabilità sociale sta per Generali Italia anche come valore-cultura. Come sostegno, in partnership con alcuni tra i più importanti teatri (come la Fenice di Venezia e il San Carlo di Napoli) e musei italiani, per sviluppare l'offerta (e la domanda) culturale di rassegne, mostre e spettacoli. «Costruiamo dei momenti-laboratorio per i bambini, giornate aperte ai visitatori e non solo – spiega Sciacca – Siamo passati da una filosofia della classica sponsorizzazione che privilegiava la visibilità del logo alla costruzione di partnership con fondazioni, associazioni e istituti museali per sviluppare attività di divulgazione artistico-culturale e coinvolgere un pubblico sempre più vasto». È chiaro che essere responsabili socialmente significa non poter prescindere dal welfare aziendale. «L'ascolto degli stakeholder – sottolinea Sciacca – è fondamentale per fare impresa in modo sostenibile e per lo sviluppo del nostro welfare aziendale, li ascoltiamo e dai loro feedback costruiamo dei piani di azione condivisi». Dall'ascolto dei dipendenti è partita la sperimentazione dello smartworking due giorni a settimana per chi lavora nelle sedi di Milano e Roma.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Le imprese diventano i gangli di una rete di solidarietà. E aumentano i progetti di volontariato che coinvolgono i dipendenti del gruppo, in orario di lavoro. Come l'incontro con i giovani sul cyber-bullismo**

**Il gruppo**

La cultura di solidarietà delle 8.000 persone di Generali Country Italia viene espressa attraverso il progetto «Piccoli gesti, grandi azioni» che ricomprende tutte le iniziative in cui i dipendenti, con il sostegno dell'azienda, dedicano volontariamente risorse, competenze, valori ed esperienze personali.
Con 6 milioni di clienti, Generali Italia è oggi tra i leader del mercato assicurativo.
*www.generali.it*

Tutti i diritti riservati

Buone Notizie

► **15 maggio 2018**

**PAESE :**Italia
**PAGINE :**23
**SUPERFICIE :**55 %
**PERIODICITÀ :**Settimanale

**AUTORE :**Di Fabio Savelli

In alto (*foto Percossi/Ansa*) le rovine dopo il terremoto di Amatrice. Grazie al nuovo fondo protezione solidale Generali Italia partecipa a interventi di recupero di strutture colpite dai terremoti. In basso, Lucia Sciacca

**Tutti i diritti riservati**